



# Word een topmerk!

Het kan raar lopen. Zo had je je een jaar geleden toch echt voorgenomen om de ultieme loopbaanstap te zetten, de kroon op een succesvolle carrière. Totdat je ontdekt dat die droombaan maar niet voorbijkomt en er überhaupt geen interessante banen voorbij komen. Somberen is het slechtste wat je kunt doen in turbulente tijden. Tijd voor ondernemerschap! Creëer je eigen kansen en je eigen 'businesscase'.

Het is een feit: in de huidige arbeidsmarkt is het niet gemakkelijk om bij een andere werkgever snel je droombaan te vinden, ongeacht je talent. De markt voor HR zit behoorlijk op slot. Er zijn weinig tot geen transfers en dus weinig vraag. Tegelijkertijd zijn het momenteel voor HR ook drukke tijden. Nagenoeg alle organisaties zijn bezig met veranderingen. HR moet alle zeilen bijzetten om de organisatie op koers te houden.

Niet echt een goed moment om je met je eigen loopbaan bezig te houden, want er wordt een serieus beroep op je gedaan. En toch zal die gewilde loopbaanstap een keer gezet moeten worden. Haast is in de huidige arbeidsmarkt echter niet productief. Neem de tijd om goed na te denken over je verdere loopbaan, om je eigen 'businesscase' te bouwen. Start je 'employee journey' zoals dat zo mooi heet, verken de diverse reisroutes en bepaal je eindbestemming. Kies ook zorgvuldig je 'reisadviseur', zoals een loopbaancoach of je vertrouwenspersoon bij een bureau voor W&S of executive search. De meeste HR-professionals zijn wel goed thuis op het gebied van arbeidsmarktcommunicatie, employer branding en jobmarketing. Maar hoe is het gesteld met hun eigen marketing? 'Personal branding', zoals dat tegenwoordig met een chique term heet. Jezelf positioneren als 'brand', als merk met een merkwaarde. Marketing leert ons dat een sterk merk unieke waarden vertegenwoordigt en een eigen identiteit heeft. Het reflecteert reputatie en kwaliteit. Personal branding betekent ook het vinden van je kracht, van je innerlijke waarden en hoe je dat naar buiten wilt uitdragen. Weet dus wat er op je visitekaartje staat, wat je propositie is naar de arbeidsmarkt. Wat maakt je onderscheidend, wat kenmerkt je eigen signatuur? Wat zit er in je rugzak aan competenties en unieke werkervaring? Denk niet alleen vanuit jezelf, vanuit eigen wensen, maar ontdek ook wat de tegenpartij zoekt. In welke context (omgeving) heeft jouw specifieke signatuur de meeste toegevoegde waarde? Wat past waar? En bedenk dat jouw 'brand' misschien nu minder wordt gevraagd op de markt. Leer dan hoe je de perceptie die men van je heeft kunt beïnvloeden. Ga de uitdaging aan en weet: voor echte 'topmerken' is er nog steeds een krappe arbeidsmarkt!

**Bob de Groot**

bob.degroot@ebbinge.nl

*Bob de Groot is als consultant en partner verbonden aan Ebbing & Company.*